MÉMOIRE

PRÉSENTÉ À LA

COMMISSION DE LA CULTURE

PAR LA

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT

DES ENTREPRISES CULTURELLES

SODEC

19, 20 et 21 octobre 1999
Québec

L'adoption de la *Loi sur la Société de développement des entreprises culturelles* a été le résultat d'une volonté unanime de doter les industries de la culture et des communications du Québec d'une société d'État performante chargée de leur apporter l'aide financière publique. C'était la volonté unanime tant de l'Assemblée nationale que des milieux professionnels, représentés par les associations sectorielles, qui sont venus témoigner de la nécessité de moderniser la gestion des leviers économiques mis à la disposition des entreprises culturelles.

Pour bien illustrer ces attentes, rappelons que la création de la SODEC poursuivait, notamment, deux objectifs qui étaient de :

1) proposer un nouveau mode de fonctionnement qui allie l'expertise des milieux professionnels aux exigences d'une saine gestion des fonds publics;

2) favoriser une meilleure cohérence de l'action gouvernementale auprès des industries culturelles et ce, dans le respect de chacun des domaines.

La SODEC s'inscrivait donc dès le départ dans l'esprit de *La politique culturelle du Québec : notre culture, notre avenir*, qui misait sur l'autonomie de la création et la liberté des choix artistiques. Une autre ambition de cette politique était d'élaborer et de mettre en œuvre une stratégie de développement des industries culturelles. Voilà résumée la dualité du secteur qui est à la fois le lieu de la production des œuvres, et des valeurs artistiques qu'elles incarnent, et un contributeur de première importance à l'économie, plus précisément à la nouvelle économie.

UN GUICHET UNIQUE

La SODEC est donc, depuis 1995, le guichet unique des entreprises culturelles comme l'ont voulu les autorités politiques et les milieux culturels. Elle est le guichet unique en raison de deux caractéristiques principales. La première, la Société regroupe les activités des différents domaines des industries culturelles :

- livre
- disque et spectacle de variétés
- métiers d'art
- cinéma et production télévisuelle
- multimédia

D'ailleurs, comme le voulait l'objectif de départ incorporé dans sa loi, la SODEC s'appuie sur l'expertise des milieux professionnels regroupés dans un conseil et des commissions qui jouent un rôle consultatif de première importance. Nous y reviendrons.

La deuxième caractéristique qui en fait le lieu de référence des entreprises de la culture et des communications, c'est qu'elle assure la cohérence de l'ensemble de l'action gouvernementale dans ce secteur en exerçant les trois fonctions suivantes :

1) elle administre les aides publiques (sélectives et automatiques) destinées aux entreprises culturelles et qui soutiennent aussi bien la création, la production, la diffusion que l'exportation. Elle disposait en 1995-1996 de crédits parlementaires qui représentaient 21,6 M$. Ils seront de l'ordre de 32,9 M$ en 1999-2000.

2) Elle gère les mesures fiscales établies par le gouvernement sous forme de crédits d'impôt remboursables basés sur les emplois créés dans les entreprises. Le rôle de la SODEC est d'évaluer l'admissibilité des projets des entreprises et d'effectuer une

estimation du montant du crédit remboursable. Ces mesures sont disponibles en cinéma et production télévisuelle pour la production, le doublage, les effets spéciaux, l'animation, les services de production à l'intention des producteurs étrangers. Elles le sont aussi dans le disque et spectacle de variétés pour la production d'enregistrements sonores de même que pour la production de spectacles musicaux ainsi que dans le multimédia. Ces mesures avaient une valeur de 37,3 M$ en 1995, et nous évaluons qu'elles atteindront environ 100 M$ en 1999-2000.

3) Elle offre des services bancaires aux entreprises et organismes culturels. La SODEC est une banque d'affaires disposant d'une dotation de 19,5 M$ l'autorisant à faire des prêts, des garanties de prêt et exceptionnellement à investir en capital-actions. Elle autorise annuellement entre 15 et 20 M$ de financement. Son portefeuille est actuellement évalué à 32 M$. Enfin, elle effectue le financement intérimaire des crédits d'impôt, ce qui représente entre 28 M$ et 35 M$ selon les années.

À ces fonctions, il faut ajouter que la SODEC est aussi propriétaire d'un parc immobilier patrimonial comprenant 33 immeubles, classés ou faisant partie d'un arrondissement historique, répartis dans l'ensemble

des régions. Toutefois, le plus grand nombre est concentré autour de Place-Royale à Québec. La Société est responsable de la restauration et de la location à des fins résidentielles, commerciales, institutionnelles, culturelles et récréo-touristiques de ces immeubles historiques.

La SODEC, en sa qualité de banque d'affaires, détient aussi un tiers (5 M$ du capital) du FICC, le Fonds d'investissement de la culture et des communications, un fonds de capital de risque qui prend des participations dans des entreprises. Elle est aussi partenaire d'une société en commandite, la FIDEC, la Financière des entreprises culturelles, en partenariat avec des institutions financières et des entreprises, qui est dotée d'un capital de 45,5 M$. Cette société, dans laquelle la SODEC a mis 20 M$, a pour mandat d'investir dans des projets de portée internationale.

En instituant ce guichet unique des entreprises culturelles, il y a bientôt cinq ans, l'État confiait alors à la SODEC des mandats qui avaient été assumés, depuis le milieu des années 70, par une diversité d'institutions.

LA NOUVELLE ÉCONOMIE

La raison d'être de la SODEC est de soutenir le développement de la culture québécoise dans les champs de compétence qu'on lui a attribués. Cela correspond au secteur des industries de la culture et des communications, une réalité qui s'est progressivement imposée au cours des vingt dernières années. C'est ce qui a entraîné l'identification de l'économie de la culture comme une composante de ce qu'il est maintenant convenu d'appeler l'économie du savoir. Selon l'OCDE, «le savoir est désormais reconnu comme un moteur de la productivité et de la croissance économique».

Les secteurs de la biotechnologie, de l'industrie pharmaceutique, des techniques de l'information et des communications, de l'aéronautique, de l'aérospatiale sont ceux qui incarnent généralement cette nouvelle économie. Les spécialistes définissent les entreprises de la nouvelle économie de la manière suivante :

- prépondérance d'actifs intangibles
- activités à fort contenu de connaissance
- main-d'œuvre hautement spécialisée
- forte intensité de R-D ou produit très innovateur
- utilisation de technologies de pointe

Cette définition s'applique aussi parfaitement aux entreprises culturelles. Relisons ces caractéristiques énumérées en ayant à l'esprit qu'il s'agit d'une maison d'édition, d'un producteur de disque, de cinéma, de télévision ou de multimédia, ou même d'une entreprise des métiers d'art, et nous conclurons sans peine que ces entreprises, peu importe l'importance de leurs actifs, agissent aussi dans la nouvelle économie.

On comprendra que les droits sur un catalogue d'œuvres sont des actifs intangibles, qu'une production artistique comporte un fort contenu de connaissance, que la main-d'œuvre culturelle, créative ou technique, est hautement spécialisée, que chaque œuvre est un prototype, autrement dit un produit très innovateur, et que les industries culturelles sont toutes le lieu d'expérimentation de technologies de pointe. En soutenant les entreprises culturelles afin qu'elles contribuent à l'émergence de notre expression artistique collective, la SODEC agit donc directement sur le développement de la nouvelle économie. De fait, on estime que plus de 50 % du PIB des grandes économies de l'OCDE reposent maintenant sur le savoir.

Considérant les mandats qui lui sont confiés, la SODEC est donc aux entreprises de la culture et des communications ce que Investissement Québec et la SGF sont, avec des moyens adaptés, aux autres secteurs industriels : un levier stratégique dont l'objectif est d'identifier, de développer et de réaliser des projets en partageant les risques et les obligations afin de contribuer au développement économique à long terme et à la création d'emplois. À une différence fondamentale près : à ces obligations s'ajoute pour la SODEC celle de favoriser l'affirmation de notre culture par un soutien à la création d'œuvres artistiques qui expriment notre identité. C'est cette différence fondamentale qui fait l'originalité de la SODEC.

Pourquoi établissons-nous cette comparaison avec des sociétés de développement industriel? Pour deux raisons. Premièrement, parce que nous croyons très fortement que les entreprises culturelles ont besoin, comme les entreprises des autres secteurs industriels, de recourir à des outils diversifiés pour soutenir et appuyer leur développement. Elles sont en droit, les petites comme les grandes, de compter sur une institution publique vouée à comprendre leur problématique et à rechercher des moyens qui tiennent compte de leur singularité. Deuxièmement, parce qu'il est temps de regarder ces entreprises pour ce qu'elles sont, c'est-à-dire un vecteur dynamique de

notre économie, de la nouvelle économie. Permettez-nous de prendre l'exemple du cinéma et de la production télévisuelle pour illustrer ce dynamisme. Au début de la décennie, la production dans ce domaine était évaluée à 125 M$ annuellement. Elle était en 1997-1998, en excluant le secteur de la publicité, de plus de 680 M$, comportant un financement public direct et indirect de 30,1 %.

Le langage courant, en particulier le langage administratif gouvernemental, désigne souvent la SODEC parmi les « sociétés subventionnaires ». Cette expression est assez loin, convenons-en, de la réalité que nous venons de décrire. Ce n'est pas tant que la subvention à proprement parler ne fasse pas partie de la panoplie des moyens dont la SODEC dispose. Elle en fait partie, et c'est nécessaire. Sauf que ce type d'intervention, qui est à mettre en relation avec l'ensemble de ses opérations, représente au plus 30 M$, et pourrait difficilement à lui seul synthétiser son action. Nous avons vu que la Société rassemble une pluralité de domaines culturels et artistiques et une diversité de moyens qui justifient son caractère de guichet unique tout en la propulsant dans le développement d'une industrie porteuse de valeurs collectives.

LA CONSULTATION PERMANENTE

Une des caractéristiques fondamentales qui fait l'originalité de la SODEC, c'est qu'elle allie l'expertise des milieux professionnels aux exigences de la gestion des fonds publics. La SODEC est en relation permanente avec le milieu. Le conseil d'administration, le CNCT (Conseil national du cinéma et de la production télévisuelle) et les sept commissions (disque et spectacle de variétés, livre, métiers d'art, financement, multimédia, Place-Royale et doublage) constituent une structure qui favorise l'échange sur une base quotidienne.

Une des particularités de la *Loi sur la SODEC* est qu'elle institue, en son sein, un support consultatif qui a pour fonction de conseiller la Société sur toute question qu'elle leur soumet et de réaliser toute étude qu'elle requiert. Plus important encore, la Société a l'obligation de consulter ce conseil et ces commissions sur les projets de programmes d'aide et les parties du plan d'activités applicables à l'aide financière dans leur domaine.

Après bientôt cinq ans, nous pouvons dire que de cet échange découle une connaissance intime des industries culturelles et de leur évolution. Cette connaissance est la pierre angulaire de l'efficacité de la SODEC.

La mise sur pied et le fonctionnement d'une pareille infrastructure administrative ne sont pas sans poser plusieurs exigences. Chacun des huit groupes étant composé d'environ dix membres, ce sont plus de quatre-vingt (80) personnes qui acceptent, à titre personnel et bénévolement, de contribuer à la bonne gestion des aides publiques aux entreprises culturelles. Les membres sont nommés par la Société après consultation d'organismes qu'elle considère représentatifs, ce qui inclut les associations sectorielles. Chacun des membres du conseil et des commissions représente un secteur d'activités et non une entreprise ou une association. Nous les invitons cependant à informer leurs associations de l'avancement des travaux de la commission et, les cas échéant, de les consulter pour élargir leur réflexion.

Rappelons, en synthèse, les objectifs que poursuit la SODEC dans l'application de sa loi à ce chapitre :

- réunir les compétences professionnelles représentant les entreprises pouvant recourir à ses aides;

- s'appuyer sur une expertise permanente des milieux dans la préparation de ses politiques, de ses plans d'activités et de ses programmes;

- constituer des lieux de réflexion sur les enjeux du développement des industries culturelles qui conseilleront la Société dans l'élaboration de ses stratégies.

Nous le voyons, la finalité primordiale de ces instances est interne à la SODEC. Il a toujours été clair que leur rôle n'était pas de se substituer aux associations qui sont les lobbies des milieux. Le conseil et les commissions n'ont pas de fonctions à l'extérieur de la SODEC à l'exception du mandat confié au CNCT de conseiller le ministre de la Culture et des Communications sur l'application de la *Loi sur le cinéma*.

Ceci explique pourquoi nous entretenons, dans toute la mesure du possible, des relations régulières avec les associations. Notons en particulier qu'elles sont informées annuellement, de façon individuelle et privilégiée, du contenu du plan d'activités comportant les principes généraux et les modifications proposées aux programmes. Autrement, elles sont consultées de manière régulière sur les questions relevant

de leurs domaines. Ce qui n'a nullement pour effet de réduire la portée des fonctions des commissions. Nous reviendrons plus loin sur le rôle que ces instances ont joué dans les réalisations de la Société depuis 1995.

LA CULTURE ET L'ÉCONOMIE : LA CONJUGAISON DE DEUX MONDES

La SODEC relève le défi de parler à la fois de création artistique et d'affaires. Elle a la sensibilité essentielle à la compréhension des besoins des acteurs culturels et elle agit en gestionnaire aguerri, soucieux de rendements favorables. C'est de cette manière que la Société appuie le mouvement perpétuel de la création artistique afin que la production culturelle québécoise participe pleinement, et selon son potentiel, à notre économie. L'action de la Société fait la preuve que la culture est plus qu'une affaire de bonnes œuvres et de marginalité sympathique. Elle est bel et bien un levier de développement économique.

Admettons, toutefois, que les concepts culture et économie ne réfèrent pas nécessairement à des mondes alliés. Et refuser d'admettre que les objectifs de développement culturel peuvent parfois entrer en contradiction avec des choix dictés par des règles de l'économie de

marché, ce serait nier la complexité de ce secteur et, de ce fait, diminuer la richesse de sa contribution au développement de notre société. De là à s'offusquer de voir les termes industrie et culture associés, comme le font certains penseurs, serait toutefois manquer de nuances.

Examinons brièvement les lignes de force d'une stratégie de développement des entreprises culturelles fondée à la fois sur la culture et l'économie. Le premier axe est formé des objectifs culturels suivants :

- permettre l'épanouissement de la création;

- assurer l'expression de la plus grande diversité;

- favoriser la diffusion et le rayonnement international de la production artistique québécoise.

Le second axe est celui des objectifs à caractère économique :

- soutenir le développement des entreprises;

- structurer le secteur;

- mettre en place des conditions favorisant la commercialisation et l'exportation.

La SODEC, en combinant ses trois fonctions (administration de programmes, gestionnaire de mesures fiscales, banque d'affaires) et les outils qui en découlent à savoir, en résumé, les aides sélectives, les financements bancaires et les crédits d'impôt, se donne la capacité d'exécuter cette stratégie.

Encore là, pour bien comprendre comment cela se réalise, il faut, d'un côté, se souvenir de ce qui caractérise l'économie de la culture, c'est-à-dire, actifs intangibles, contenus de connaissance, main-d'œuvre hautement spécialisée, produits très innovateur, technologies de pointe et, de l'autre, que ces aides sont déterminées en fonction d'une évaluation de la situation du marché. Ainsi, il est logique au Québec de soutenir massivement la production en français parce que le marché intérieur est limité et le marché extérieur restreint. Les objectifs culturels et économiques se confondent alors pour expliquer une concentration des soutiens. En revanche, les mesures qui correspondent à des objectifs davantage économiques, les crédits

d'impôt, le capital de risque, profitent au premier chef au développement économique, tout en constituant un puissant soutien à la production nationale et à la cause de la création d'emplois.

En culture comme dans d'autres secteurs de l'économie du savoir, l'accroissement de la demande, la segmentation des marchés, la spécialisation des tâches, l'augmentation de la valeur financière des enjeux, l'internationalisation des réseaux ont provoqué la spécialisation des entreprises entre la production, la distribution et le commerce au détail. C'est ce phénomène d'industrialisation qui a entraîné la reconnaissance d'une économie de la culture. Ce cycle fait maintenant place à un phénomène d'intégration verticale chez de grandes entreprises principalement qui ont besoin d'accroître leur masse critique pour faire face aux exigences de la mondialisation.

LES ACTIVITÉS DE LA SODEC ET SA GESTION

La Commission de la culture s'est donné pour mandat d'étudier non seulement les orientations, mais les activités et la gestion du CALQ et de la SODEC. Dans le but de répondre aux attentes de ses membres, nous allons exposer les principales réalisations de la SODEC, depuis 1995, et décrire les grandes lignes de sa gestion.

Les principales réalisations

Nous avons décrit plus haut la mise en place du CNCT et des sept commissions conformément aux exigences de la loi de la Société. Voyons maintenant quels sont les résultats du travail que nous avons accompli avec leur collaboration :

- La première année a consisté en une révision en profondeur des programmes qui devaient conduire la SODEC, un an après son démarrage, à offrir aux entreprises culturelles un éventail de nouveaux outils ou d'outils révisés.

  Une des caractéristiques de cette révision, c'est qu'elle aura permis de simplifier les programmes, de réduire le nombre de volets et d'alléger les modalités de gestion.

- Comme l'autorisait sa loi, la Société a créé une commission composée de personnes issues des milieux financiers avec le mandat de la conseiller sur l'administration de sa fonction bancaire. En s'appuyant sur la Commission du financement, la

SODEC a procédé à une révision complète de sa politique financière.

Ce travail d'analyse nous aura permis de constater que les financements disponibles, principalement le prêt et la garantie de prêt, ne répondaient pas à tous les besoins observés. Dans un premier temps, il fallait mettre à la disposition des entreprises du capital de risque pour améliorer leur équité. Cela a conduit avec nos partenaires à la mise sur pied du FICC (le Fonds d'investissement dans la culture et les communications).

- Après avoir répondu à un premier besoin, il fallait toutefois satisfaire d'autres attentes en capital de risque plus immédiatement axées sur les projets d'envergure et le marché mondial. D'où la proposition de créer la FIDEC (la Financière des entreprises culturelles) disposant d'un capital lui permettant d'intervenir en crédit d'anticipation (gap financing), équité de projet ou acquisition de catalogues.

- Des réflexions fondamentales démarraient, pendant cette même période, au sein des commissions du livre, du disque et du spectacle de variétés ainsi que des métiers d'art. Elles devaient

conduire à des résultats significatifs pour chacun de ces domaines.

Le Forum sur le livre, que la SODEC a organisé à l'initiative de sa Commission, aura alimenté un processus qui a conduit à la *Politique de la lecture du livre*. Cela aura aussi entraîné la bonification des programmes en promotion, la mise en place du programme d'aide aux librairies et un volet d'aide à la traduction. Les crédits neufs de 1,6 M$ ont été attribués à cette fin.

- Dans le cas du disque et du spectacle de variétés, l'analyse a porté plus précisément sur la chanson et les musiques actuelles. Des crédits supplémentaires de 3,0 M$ auront permis de bonifier l'aide existante et de répondre à d'autres attentes, particulièrement en diffusion vers le jeune public dans les cégeps et une aide au secteur para-industriel destinée à la relève artistique ainsi que celles dans les entreprises. Un autre résultat a été la mise en place de crédits d'impôt pour la production d'enregistrements sonores et pour la production de spectacles musicaux évalués à 2 M$ chacun dont nous espérons autant d'effets sur la structuration du domaine que nous en avons observé en audiovisuel, par exemple.

- En métiers d'art, le cheminement suivi en relation étroite avec nos partenaires professionnels et institutionnels, aura conduit à la tenue d'un forum d'envergure duquel il est ressorti un plan d'action qui comporte un ensemble de propositions qui sont de nature, elles aussi, à produire des effets en profondeur sur les entreprises de ce domaine. Au préalable, la Société a financé un programme d'aide à la production et à la commercialisation ainsi qu'une aide aux projets structurants. De plus, elle s'est vue confier le Programme d'aide aux écoles-ateliers qu'il a fallu revoir et adapter aux besoins d'entreprises en émergence.

- Le CNCT a, quant à lui, pu s'appuyer sur une réflexion en cinéma et télévision qui avait tout juste précédé la création de la SODEC. Un des premiers résultats aura été de distinguer les secteurs privés et indépendants afin d'offrir à ce dernier des programmes adaptés à sa réalité. Des ajustements majeurs auront été apportés aux aides à la scénarisation par un élargissement de l'accessibilité, une simplification des règles et la création d'un volet pour les entreprises. En production, les plafonds d'aide ont été revus à la hausse et des mesures ont été instituées pour favoriser le financement de sources privées. Dans le cas de la

diffusion, nous avons accru l'aide aux festivals situés en région, ajouté une aide pour les cinématographies peu diffusées et une autre pour la circulation des copies de films québécois. Ce domaine a pu compter sur 5,6 M$ de crédits nouveaux.

- La SODEC est elle aussi interpellée par l'évolution du multimédia. Ce qui retient notre attention, c'est le développement des contenus à caractère culturel. Il s'agit d'un créneau spécifique qui risque d'être noyé dans le grand ensemble des NTIC (nouvelles technologies de l'information et des communications) si nous n'y prenons garde. Voilà pourquoi nous avons créé la Commission du multimédia pour nous éclairer en cette matière. Il s'agit d'un volet de notre action qui demande un diagnostic en profondeur, principalement en ce qui regarde la commercialisation.

Au cours des dernières années, nous avons administré un programme d'aide à la production de titres dont les objectifs étaient de soutenir la production de contenus francophones, d'appuyer les entreprises culturelles dans leur diversification vers le multimédia et de constituer une masse critique de produits. Cet acquis nous permettra de proposer une action de plus longue

portée. À noter que le crédit d'impôt dans ce domaine a représenté 6,9 M$ en 1998-1999 totalisant 13 M$ à ce jour.

- La SODEC a reçu deux autres mandats qui ont entraîné, vu leur importance, la création de commissions consultatives spécifiques. D'abord, la gestion du patrimoine immobilier dont la Société s'est vu céder la propriété par le gouvernement aura conduit à l'instauration de la Commission de Place-Royale. En apparence éloigné des industries culturelles, ce mandat fait lui aussi appel à la dualité culture et économie. D'un côté, il s'agit d'une partie importante de la mémoire collective dont il faut assurer la restauration et la pérennité selon les règles reconnues. En ce sens, nous sommes très heureux des résultats obtenus avec la restauration des maisons Hazeur et Smith et la réalisation de la Fresque des Québécois où la Commission a joué pleinement le rôle que nous attendons d'elle. La restauration des maisons Hazeur et Smith aura avant tout permis, soulignons-le, la création du Centre d'interprétation de Place-Royale qui contribuera de façon majeure à la mise en place du site. De l'autre, le patrimoine immobilier constitue un actif qui fait appel à des stratégies administratives et à des politiques qui ne sont pas si différentes

de celles auxquelles il faut recourir pour valoriser les industries culturelles.

- L'autre mandat spécial, qui a finalement entraîné la création d'une commission, est celui du doublage en cinéma et télévision. Question épineuse s'il en est, le dépôt du rapport commandé au président de la SODEC aura conduit à l'élargissement de mesures fiscales et à la constitution d'un lieu de concertation avec l'arrivée de la Commission du doublage. Cette commission représente désormais une vigile permanente de cette industrie et un levier professionnel qui pourra, par l'entremise du CNCT, conseiller la Société et la ministre de la Culture et des Communications sur cette question.

<u>L'exportation</u>

Les membres de la Commission de la culture ont aussi identifié « les mesures d'aide à l'exportation et au développement culturel en région » au nombre de leurs objets d'étude. Nous répondrons avec plaisir à cette demande.

Au chapitre des affaires internationales, la SODEC se définit comme un partenaire qui partage le risque des entreprises selon leur plan d'affaires à l'exportation. Pour ce faire, la Société a mis en place un programme, Sodexport, qui lui permet de soutenir les stratégies d'exportation des entreprises ou encore la réalisation de projets spécifiques en vue d'élargir et de diversifier leurs marchés à l'étranger. Les demandes sont traitées en tout temps et les aides accordées le sont généralement sous forme d'avances remboursables selon le partage de risque établi. Ce programme fut le banc d'essai de la Société pour l'expérimentation de cette nouvelle forme d'aide (l'aide remboursable) prévue dans la *Loi sur la SODEC*. Il s'agit d'un outil souple qui constitue un encouragement au dépassement de la part de l'entreprise : celle-ci remboursera en fonction des résultats qu'elle obtiendra, le calcul étant établi sur la valeur des ventes brutes réalisées à l'étranger. L'accueil positif que cette aide a connu, car elle convient aussi bien aux petites qu'aux grandes entreprises, nous a amené à l'adopter pour d'autres programmes.

Ainsi, depuis le 1er avril 1996, la Société a signé 140 contrats avec 112 entreprises pour des opérations d'une valeur totale de 14,3 M$ dans lesquelles ses avances ont totalisé 3,4 M$. Quel que soit le domaine culturel, ces activités se traduisent par une circulation accrue de notre

culture dans le monde et par un indispensable élargissement des revenus des entreprises considérant les limites de notre marché intérieur.

La SODEC a aussi la responsabilité d'assurer la présence collective des entreprises dans les foires et les marchés internationaux. Dans ce cas, la Société a choisi de reconnaître pour chacun des domaines où elle intervient des opérateurs à qui elle a confié le mandat de tenir des stands et de fournir des services en conséquence. Ainsi, Québec Édition, Horizon Québec (télévision), BÉ-MAQ (métiers d'art), ADISQ (disque et spectacle de variétés) et la SODEC elle-même, en cinéma et multimédia, assurent-ils, au total, la présence des entreprises dans plus de vingt événements majeurs dans le monde.

Au delà de ce rôle de soutien à l'exportation, qui comporte intrinsèquement une dimension importante de rayonnement culturel, la Société appuie aussi des initiatives dont la finalité première est le rayonnement de notre culture. La présentation de rétrospectives de films, la présence d'artistes dans des festivals ou d'oeuvres dans des expositions, ou encore des missions de représentation dans des événements d'envergure illustrent cette fonction.

Sur le plan institutionnel, la Société est soucieuse de la réciprocité qu'il est indispensable d'établir dans les relations internationales. Elle entretient des relations avec des organisations analogues lesquelles conduisent parfois à la signature d'ententes comme ce fut le cas avec la CFB (Communauté française de Belgique) pour la coopération en cinéma et télévision, avec le CNC en France, en distribution de films, et avec l'Institut des lettres catalanes sur la traduction d'œuvres littéraires. Le budget du Programme d'aide à l'exportation et au rayonnement culturel est de 3,1 M$ en 1999-2000.

Par ailleurs, la diversité culturelle prend et prendra de plus en plus de place dans les relations internationales. Au delà du concept, il importe de bien voir que cette diversité renvoie à une réalité bien tangible, celle pour les États de conserver le pouvoir de prendre des moyens pour soutenir la production et assurer la circulation d'œuvres de provenances diversifiées sur leur territoire. Comme cette question se pose avant tout dans le contexte de la libéralisation du commerce à l'échelle mondiale, donc des biens et services, elle se situe de plein pied dans le champs des industries culturelles. La SODEC s'est sentie concernée de très près par cet enjeu dès le départ, lorsqu'il était question d'exception culturelle, et elle a effectué un monitoring constant du sujet. De même, la Société a joué un rôle actif auprès des

milieux professionnels aussi bien que gouvernemental dans la détermination de la position québécoise en cette matière. Vu son importance, la diversité culturelle se situera de nouveau au centre de nos préoccupations au cours des prochaines années.

Le développement culturel en région

Le mandat de la SODEC est de promouvoir et de soutenir dans toutes les régions l'implantation et le développement d'entreprises culturelles. Une analyse d'ensemble nous révèle que la diffusion et le commerce au détail sont avant tout le fait de ces entreprises régionales. Voilà ce qui explique pourquoi les programmes de la Société qui les rejoignent se situent principalement dans ces sphères d'activités : la diffusion de spectacles, y compris dans les cégeps, l'aide aux librairies, l'aide aux premières et à la circulation des copies de films, l'aide aux salles privées et parallèles de cinéma de même que l'aide aux festivals de musique, de cinéma ainsi qu'aux salons du livre en sont les illustrations.

Les entreprises oeuvrant en production, et qui sont situées en région, recourent également aux aides de la SODEC qu'elles soient en édition, en production multimédia, spectacle de variétés, cinéma ou métiers

d'art. La Société est d'ailleurs heureuse de souligner qu'elle accorde, proportionnellement aux demandes, autant d'aide en région que dans les centres en valeur relative (réponses favorables sur demandes déposées). Cependant, la taille des entreprises au centre fait en sorte que la valeur des sommes consenties y est, toute proportion gardée, plus élevée.

L'examen de cette situation nous amène à conclure qu'il faut concentrer des efforts sur la structuration du secteur en région par une consolidation des entreprises. Et cette consolidation passe notamment par l'accès à un financement mieux adapté. Pour ce faire, il nous faut élargir la portée de nos actions, en particulier les interventions qui sont reliées à notre fonction de banque d'affaires afin de développer des partenariats locaux avec des institutions spécialisées, en capital de risque notamment, dans l'intérêt des entreprises.

Il en va de l'égalité des chances pour les entreprises peu importe leur localisation géographique. Autant la SODEC a un devoir envers les entreprises culturelles, autant les régions ont, elles aussi, une responsabilité. La valeur de la création artistique ne répond pas à des déterminismes territoriaux. Les règles du marché n'ont malheureusement pas la même générosité.

Voilà dans quelle perspective la SODEC souscrit à la politique du développement local et régional. Nous croyons qu'elle peut être un moyen de mailler nos ressources avec celles des institutions régionales par l'entremise des CRD. Jusqu'à présent, nous avons répondu favorablement aux demandes qui nous ont été adressées en vue de convenir d'ententes spécifiques. Déjà, nous avons conclu une entente avec le CRD de l'Outaouais, et nous avons eu des rencontres avec ceux des régions du Saguenay Lac-St-Jean et de la Montérégie.

Le développement culturel régional ne se fait pas selon un modèle unique, et la SODEC a la volonté de s'adapter aux réalités qui s'offrent à elle. L'augmentation des aides aux régions sera fonction du volume d'activités qui s'y fera, et celui-ci repose largement sur la solidité et la capacité des entreprises à l'accroître. Par ailleurs, le marché intérieur québécois étant limité par la démographie, il faut tirer tout le parti possible des ressources du territoire et, en ce sens, la diffusion constituera encore un enjeu pour tout le monde.

La gestion

Nous allons compléter ce chapitre du mémoire en expliquant les grandes lignes de la gestion de la SODEC comme l'ont souhaité les membres de la Commission.

Étant entendu que les instances consultatives de la SODEC donnent leur avis sur les orientations et les programmes, il importe de rappeler que celles-ci n'interviennent nullement dans la gestion. Cette dernière est assumée par six directions générales qui relèvent du président, lequel dépose les résultats des décisions prises à chacune des séances du conseil d'administration.

Les processus décisionnels et les relations aux entreprises requérantes sont très différents selon qu'il s'agisse de la banque d'affaires, de l'administration de programmes ou de la gestion de crédits d'impôt, on en conviendra. Dans le cas de la banque, nos analystes se doivent d'être tout aussi rigoureux que ceux d'une autre institution financière. À la différence que nous possédons une expertise unique dans le secteur culturel, et que notre statut d'institution publique nous conduit à avoir envers tous les dossiers, indépendamment de leur valeur financière, une même intention de service. Cette rigueur aura permis

de conserver un taux de mauvaises créances aussi bas que 4 %, et de maintenir intact la dotation de 19,5 M$ qui permet à notre banque d'affaires d'être encore là après vingt ans.

En qualité d'administrateur de programmes d'aide sélective ou automatique, nous intervenons sous forme d'investissement de projets, d'avances remboursables ou de subventions. Les choix découlent de l'analyse d'experts internes appuyés dans certains cas de comités d'évaluation composés de pairs (disque et spectacle de variétés, aide à la production secteur indépendant et jeunes créateurs en cinéma ainsi qu'au volet promotion de l'aide à l'édition). Les comités d'évaluation ont la responsabilité de transmettre des recommandations qui éclaireront la Société dans sa prise de décision.

La gestion de crédit d'impôt repose avant tout sur l'administration de critères de certification définis par règlements, qui conduisent à une décision préalable qui sera confirmée, à la fin, sur présentation des résultats du projet complété.

En vertu de ses différentes fonctions, la SODEC répond ainsi favorablement à quelque 1 300 dossiers annuellement. Notre attitude en est une d'ouverture. De façon générale, une réponse est précédée

d'un échange avec l'entreprise, et tout refus est accompagné d'une invitation à présenter une demande révisée. Le support consultatif et nos relations avec les associations fournissent une rétroaction qui éclaire notre gestion. En effet, le premier indicateur de mesure de performance d'un programme, de sa capacité à répondre aux besoins pour lesquels il a été conçu et de l'importance de ses effets est la réaction des usagers. À la SODEC, ceux-ci sont représentés au sein des commissions. Tout pondéré, cette rétroaction, additionnée à celles des associations professionnelles qui exercent comme il se doit leur rôle de lobby, aide la Société à se centrer sur son mandat et à demeurer en phase avec les attentes des artistes, des entreprises et du marché. Ce qui, après tout, est la raison de son existence.

Soulignons deux traits de notre philosophie de travail en terminant. Nous favorisons une vision d'ensemble des domaines et des entreprises dans les équipes : le dossier d'une entreprise touche le plus souvent trois directions générales, par exemple le financement, l'aide sélective et l'aide à l'exportation. Nous avons d'ailleurs constitué un outil de gestion, « le dossier maître de l'entreprise », où sont réunis dans des fiches électroniques et des dossiers papier les renseignements à l'usage de tout le personnel sur chaque entreprise. En plus d'avoir l'avantage de réduire la paperasse pour les entreprises,

un tel outil favorise le développement d'une expertise particulière pour comprendre la complexité des enjeux qui sont ceux des industries culturelles.

L'autre, c'est le respect de la création artistique. La SODEC soutient des entreprises qui relayent le travail des artistes. Même si elle n'intervient pas directement auprès des artistes, sauf en scénarisation de films, la Société a le devoir de se soucier du traitement qu'ils reçoivent et d'entendre leur opinion. Bien qu'elle ne soit ni un lieu de négociation ni un lieu d'arbitrage, la SODEC est par son action et sa gestion un lieu de référence, et en cela elle peut induire la solution de plusieurs problèmes.

LES ENJEUX ET LES PERSPECTIVES D'ACTION

Ce dernier chapitre nous permettra d'évoquer les défis des entreprises, de poser la question de l'identité culturelle et d'exposer quatre attentes des milieux qui constituent autant de perspectives d'action.

Les défis des entreprises

Nous allons évoquer brièvement trois défis qui confrontent les entreprises culturelles et qui, par voie de conséquence, interpellent aussi la SODEC.

Le premier se situe dans le rapport entre la création et la production. Même si cela est trop simple et facilement démagogique, nous assistons régulièrement à une mise en opposition du rôle de l'artiste et de celui de l'entrepreneur. On cherche à renvoyer dos-à-dos la liberté de l'acte créateur et la rationalité des affaires et du commerce.

Pendant longtemps les aides publiques à la culture se sont limitées aux bourses aux artistes et aux subventions aux organismes. La seule finalité du geste artistique était la création d'une œuvre dont la production, la distribution, la commercialisation et l'exportation, le cas échéant, relevaient de l'initiative de son auteur. Sauf que le phénomène d'industrialisation, que nous avons évoqué plus haut, est venu modifier la donne.

Est-ce que l'arrivée des entreprises sur la scène de la production artistique a eu pour effet de brimer la création ou les entreprises ont-

elles été en mesure d'assimiler le fait que l'œuvre est un prototype soumis au jugement du public et porteuse de valeurs? Dans un contexte exacerbé de concurrence, les artistes peuvent-ils œuvrer pour leur compte, et comment les entreprises doivent-elles se gouverner à cet égard?

Le défi de l'entreprise est de faire émerger les œuvres artistiques qui sont sa raison d'être tout en réalisant un plan d'affaires comportant les obligations que cela suppose. L'enjeu en est un de respect mutuel et de compétence.

Le deuxième défi se situe dans la capacité de financer les opérations et de se déployer sur les marchés. Comme la possibilité d'intéresser des capitaux dépend de la valeur des projets et de leur perspective de commercialisation, les entreprises ont le devoir d'investir dans la recherche, de trouver des moyens pour débusquer des talents et de les accompagner dans leur progression. Et pour garantir cette recherche et ce développement, on devra se concentrer davantage sur l'importance de la distribution et de la diffusion. Sans doute faudra-t-il s'attaquer à la commercialisation avec plus de détermination et de rigueur.

Le troisième défi, sans abuser de termes à la mode, est la concurrence internationale. Là où cette concurrence s'exerce en premier lieu, c'est sur le marché intérieur. Par exemple, le principal défi de la petite entreprise des métiers d'art est de se trouver un espace sur les rayons de nos boutiques où abondent les produits étrangers. Cet enjeu vaut pour tous les domaines. Lorsque nous n'occuperons plus qu'un espace congru dans la consommation culturelle de nos concitoyens, il sera trop tard.

À plus forte raison, assumer une présence stable et continue sur les marchés étrangers constitue le corollaire de ce défi. Pour ce faire, il faut développer des réseaux, assurer un approvisionnement continu, percer l'indifférence, développer une masse critique, être présent auprès des acheteurs, une foule d'activités qui demandent de l'organisation et de la constance.

Il faut éviter de laisser l'arbre nous cacher la forêt et agir sur les deux marchés, intérieur et étranger. D'une part, toute la production québécoise n'est pas destinée à une carrière internationale, ce qui ne lui enlève en rien sa légitimité. Plus nous occuperons notre marché en assurant une masse critique constante, plus nous renforcerons la diversité et plus nous augmenterons notre capacité de dépasser nos

frontières. D'autre part, il ne faut pas avoir peur d'affronter les réalités. Prenons l'exemple des librairies. Les réseaux multinationaux se répandent dans tous les pays, y compris au Québec. Partout, en France, au Canada, aux États-Unis, la part des indépendants diminue. Comme nous l'avons fait, il faut résister à cette occupation en consolidant nos positions en même temps qu'il faut agir sur le local afin de conserver un grand nombre de librairies qui vont assurer une indispensable accessibilité.

L'évolution du secteur au cours des dernières années nous donne des raisons de croire que nous pourrons, entreprises et institutions publiques, relever ces trois défis. Il en va de la qualité de nos analyses et du choix de nos stratégies. Avons-nous franchi un seuil critique qui nous permettrait de croire que le mouvement dans la bonne direction est irréversible? Probablement. Sauf qu'il ne faut jamais perdre de vue que nos entreprises jouent dans la cour de multinationales de plus en plus grosses, et que notre production nationale est attirée par leur force centripète toujours plus grande.

L'enjeu de l'identité culturelle

Pour quiconque, dans quelque pays, travaille dans le secteur culturel se pose la question du rapport entre les œuvres et le lieu d'où elles proviennent, autrement dit la question d'identité culturelle et de son expression. Cette question est immédiatement accompagnée d'une autre qui porte sur le rôle des pouvoirs publics et sur la justification de leur action. L'identité culturelle est au cœur des enjeux du Québec depuis toujours.

Quelle possibilité existe-il pour notre production artistique de continuer à refléter l'identité québécoise, et à quelles conditions? Il est évident qu'il est possible de produire au Québec des dessins animés, des films, des livres, des spectacles qui ne font pas appel aux valeurs qui incarnent notre identité, bref dont les contenus ne puisent pas dans notre imaginaire collectif. Mais ces valeurs et cet imaginaire ne sont-ils pas en transformation constante? S'il est vrai que plus on est local plus on est universel, peut-on, à l'opposé, être universel dans le but de toucher le plus grand dénominateur commun que constitue un marché et ne rien représenter pour le milieu d'où on est issu? Que signifie alors refléter l'identité québécoise?

Le premier chapitre de la *Politique culturelle* vise l'affirmation de l'identité culturelle par la valorisation de la langue française comme moyen de l'exprimer et d'y accéder, la valorisation de l'héritage culturel et le renforcement du dialogue des cultures. Les questionnements que nous soulevons à cet égard n'ont rien d'abstrait lorsque vient le temps de décider du financement ou non du projet d'une entreprise. La réponse, selon nous, se trouve dans le fait que nous devons avoir les moyens de contrôler notre politique culturelle.

N'oublions pas le contexte dans lequel évolue la SODEC. Dans chacun des domaines où elle intervient, et pour chacune des fonctions qu'elle exerce, il existe une institution fédérale qui dispose de moyens considérables en vertu du pouvoir de dépenser du gouvernement central dans la culture. Bien que la culture ne relève pas de ses compétences, le gouvernement fédéral est ainsi en position de mener une politique culturelle à la demande des provinces anglophones qui se sont largement retirées du secteur.

La SODEC considère qu'elle a un devoir de complémentarité. Toutefois, celui-ci ne peut s'exercer, au plein sens du terme, que dans le contexte où le Québec contrôle sa politique culturelle. Sinon, la complémentarité signifierait payer les manques à gagner des

programmes des agences fédérales. Contrôler sa politique culturelle, c'est se donner les moyens d'exprimer son identité.

Les attentes du milieu

Nous avons retenu, parmi ceux qui nous sont exprimés, quatre besoins du milieu qui incarnent bien la diversité des interventions de la SODEC. Ces attentes sont toutes formulées en vue de combler des lacunes importantes parmi nos outils d'intervention. Les solutions qu'elles appellent sont de nature à desservir soit un domaine, soit le secteur des industries culturelles au sens large, y incluant ses partenaires financiers, et par voie de conséquence la population en général.

1) Métiers d'art

Le Groupe de travail sur les métiers d'art, formé à l'initiative conjointe du Centre de formation et de consultation en métiers d'art (CFCMA), de l'Institut des métiers d'art du Québec (IMA), du Conseil des métiers d'art du Québec (CMAQ) et de la SODEC, a déposé, en avril 1999, après une année de consultation de l'ensemble des artisans et du Forum tenu le 19 juin 1998, un *Plan*

d'action stratégique pour le développement économique des métiers d'art. Accueilli très favorablement par les premiers concernés, ce plan comporte toutes les propositions nécessaires pour faire en sorte que ce domaine, intégré au secteur des industries culturelles avec la création de la SODEC, connaisse le développement accéléré qu'il mérite. Contrairement aux préjugés dont il est encore victime, le domaine des métiers d'art, dont le chiffre d'affaires global est évalué à 45 M$, est jeune et actif. Il est composé de nombreuses petites entreprises dont le destin n'est pas nécessairement de devenir grandes, mais qui possèdent un potentiel d'expansion véritable pour peu qu'on lui apporte un soutien composé d'outils efficaces et de moyens conséquents.

Nous l'avons vu, la SODEC intervient déjà en métiers d'art selon ses fonctions de base. Sauf que pour atteindre un réel développement allant de la création, la recherche, la production, la commercialisation jusqu'à la formation et le perfectionnement, il faudra s'engager dans un programme de mesures, et la Société entend faire de la mise en œuvre du *Plan d'action* une priorité.

2) Multimédia

Dans le vaste univers des nouvelles technologies, il existe un lieu de création et de production de contenus culturels qui a besoin de s'appuyer sur une stratégie distincte pour se développer. Le multimédia à contenu culturel est aux nouvelles technologies ce que la littérature est à l'édition, ce que le film d'auteur est à l'audiovisuel, une zone d'une importance fondamentale pour y affirmer l'expression de notre identité et de notre créativité.

Comme nous venons de le voir en métiers d'art, la SODEC est intervenue dans ce domaine avec son coffre d'outils dans lequel tous n'étaient pas bien pourvus lorsqu'il fallait faire émerger une production nombreuse et de qualité. Par exemple, nous devons malheureusement constater qu'il n'existait aucun moyen pour soutenir la commercialisation vers le marché intérieur.

Pendant que se développent les jeux et les applications destinées aux autres secteurs industriels, les entreprises culturelles désireuses de produire des œuvres originales ou adaptées de productions issues de leurs activités traditionnelles ne peuvent compter sur nous alors qu'elles sont aux prises avec des risques

importants. Voilà pourquoi nous proposerons sous peu au gouvernement un plan d'intervention qui comportera une stratégie et des mesures qui seront de nature à soutenir véritablement une création originale, à encourager l'adaptation des œuvres existantes et à assurer leur marketing auprès du grand public. Nous constatons que 58 % des entreprises qui ont eu recours à notre programme d'aide étaient issues des domaines traditionnels de la culture. Le multimédia est en perpétuelle redéfinition, mais nous savons tous qu'il symbolise la forme future de la création artistique.

3) Patrimoine immobilier

La troisième attente concerne la gestion du patrimoine bâti. Tous les immeubles à valeur patrimoniale ne sont pas classés ou encore la propriété de l'État. Toutefois, la problématique de la conservation, de la restauration et surtout de l'utilisation d'un nombre important de bâtiments privés, qui constituent des témoins irremplaçables de notre histoire, se pose à tous les jours. Ainsi en est-il d'un nombre croissant d'églises, de presbytères, de couvents qui deviennent des fardeaux trop lourds à porter pour leur communauté devant la décroissance de la pratique religieuse.

Il en va de même pour quantité de succursales bancaires, d'anciens cinémas, etc. dont l'usage n'est plus requis devant les transformations du marché. De plus en plus rarement on verra l'État se porter acquéreur d'un joyau de l'architecture, mais sa responsabilité n'en demeure pas moins, ne serait-ce sur le plan du devoir public face à l'histoire.

Dans ce contexte, la SODEC a acquis une expertise unique en raison de la connaissance qu'elle a développée à la fois en gestion immobilière de biens patrimoniaux, à Place-Royale comme un peu partout sur le territoire, et également en matière de financement comme banque d'affaires. La Société présentera donc sous peu au comité chargé de l'élaboration d'une politique du patrimoine culturel, présidé par monsieur Roland Arpin, une proposition qui vise à créer une société dont le mandat serait de favoriser la conservation et la mise en valeur du patrimoine immobilier. Cette société, que nous appellerons la Financière des édifices patrimoniaux (FIDEP), serait une société en commandite qui contribuerait à revaloriser et à rentabiliser des actifs de notre paysage architectural grâce à des fonds mixtes publics privés.

4) Observatoire des industries culturelles

Tout au long de ce mémoire, nous avons illustré la diversité des activités et des acteurs privés, financiers, artistiques ainsi qu'institutionnels qui investissent leur art ou qui risquent des montants considérables dans les industries culturelles. Autant il apparaît normal de connaître les indicateurs économiques de l'un ou l'autre secteur industriel avant que l'État ou qu'une institution financière y investisse de l'argent, autant il est devenu indispensable de posséder, pour le bénéfice de tous ceux qui interviennent dans notre secteur, des indicateurs fiables de notre production, de notre commercialisation au Québec comme à l'étranger.

Lorsque devant la structuration d'une industrie de plus de 1 000 entreprises, qui crée 77 000 emplois, qui représente quelque 2,5 % du PIB, qui vend pour 1,5 milliard de dollars sur le marché intérieur nous devons nous satisfaire de données déjà vieilles de sept ans, comme nous venons de le faire, il n'est pas exagéré de croire que ces chiffres sous-estiment la réalité et d'affirmer que le besoin de créer un observatoire des industries culturelles est fondé.

Déjà le milieu du livre a exprimé ses attentes pour un observatoire auquel le gouvernement a répondu favorablement dans la *Politique de la lecture et du livre*. Puis, les milieux du disque et du spectacle et ensuite des métiers d'art ont aussi formulé la même demande.

La SODEC, qui est elle-même un lieu de monitoring et de production de données, a examiné attentivement le cas du livre, et a entrepris de produire une enquête récurrente sur le comportement du marché québécois, conjointement avec l'Institut de la statistique du Québec.

Toutefois, de manière à répondre complètement aux besoins des industries culturelles, nous proposons la création d'un observatoire qui aurait pour mandat de réunir des banques de données existantes, d'en constituer de nouvelles et de produire une analyse continue de l'économie du secteur dans le but d'éclairer les décideurs publics, les entreprises et les institutions financières qui ne peuvent plus continuer de naviguer à vue avec tous les risques que cela suppose.

Bien articulé aux organisations de son secteur, mis au service de l'ensemble des joueurs de cette industrie, fort d'un réseau de relations dans les milieux de la recherche, appuyé sur l'objectivité et la crédibilité de l'Institut de la statistique, la SODEC voit dans cet observatoire un moyen de répondre à des besoins concrets et une occasion de renforcer les potentialités des industries culturelles un matière économique. Comme le voulait la *Politique de la lecture et du livre*, un observatoire au service de son milieu devrait pouvoir compter sur celui-ci pour assurer une bonne moitié de son financement.

En conclusion, la SODEC réaffirme la nécessité de conforter le positionnement des industries culturelles dans le développement du Québec. Vu de l'étranger, les moyens que nous déployons collectivement pour notre culture sont jugés exemplaires. Dans plusieurs pays de population comparable à celle du Québec, et même dans des plus grands, le modèle de développement que l'État a choisi en créant la SODEC est devenu une référence. La perspective d'ensemble qu'il offre et la synergie qu'il entraîne ont de quoi stimuler nos interlocuteurs et les rassurer sur la possibilité de considérer les industries culturelles comme un secteur à part entière de la culture et de l'économie d'une société.

Ce recul permet de mieux évaluer ensemble le parcours qui a été celui du Québec depuis le milieu des années 70 en même temps que le défi que nous avons de poursuivre et d'intensifier l'action entreprise. Nous l'avons dit plus haut, les industries culturelles en sont une composante dynamique qu'il faut reconnaître à leur pleine valeur. Les entreprises de ce secteur, autant que celles des autres secteurs industriels, sont en droit de compter sur un soutien adapté à une réalité que nous avons largement décrite.